



Optimiser les expériences grâce à l'intelligence artificielle.

Epson America conjugue analyse intelligente et apprentissage automatique pour améliorer ses expériences client avec Adobe Experience Cloud.



« Adobe Sensei fait émerger des schémas cachés que nous exploitons à l'aide d'Adobe Experience Cloud pour proposer à nos clients des expériences de qualité qui génèrent plus de leads et de conversions, et augmentent notre chiffre d'affaires. »

Scott Sturcke, directeur du marketing en ligne chez Epson America

SOLUTION

Adobe Experience Cloud, dont la solution Adobe Analytics d'Adobe Analytics Cloud et la solution Adobe Target d'Adobe Marketing Cloud
Adobe Sensei
Adobe Customer Solutions

RÉSULTATS



DÉCOUVERTE de schémas type dans le comportement des clients



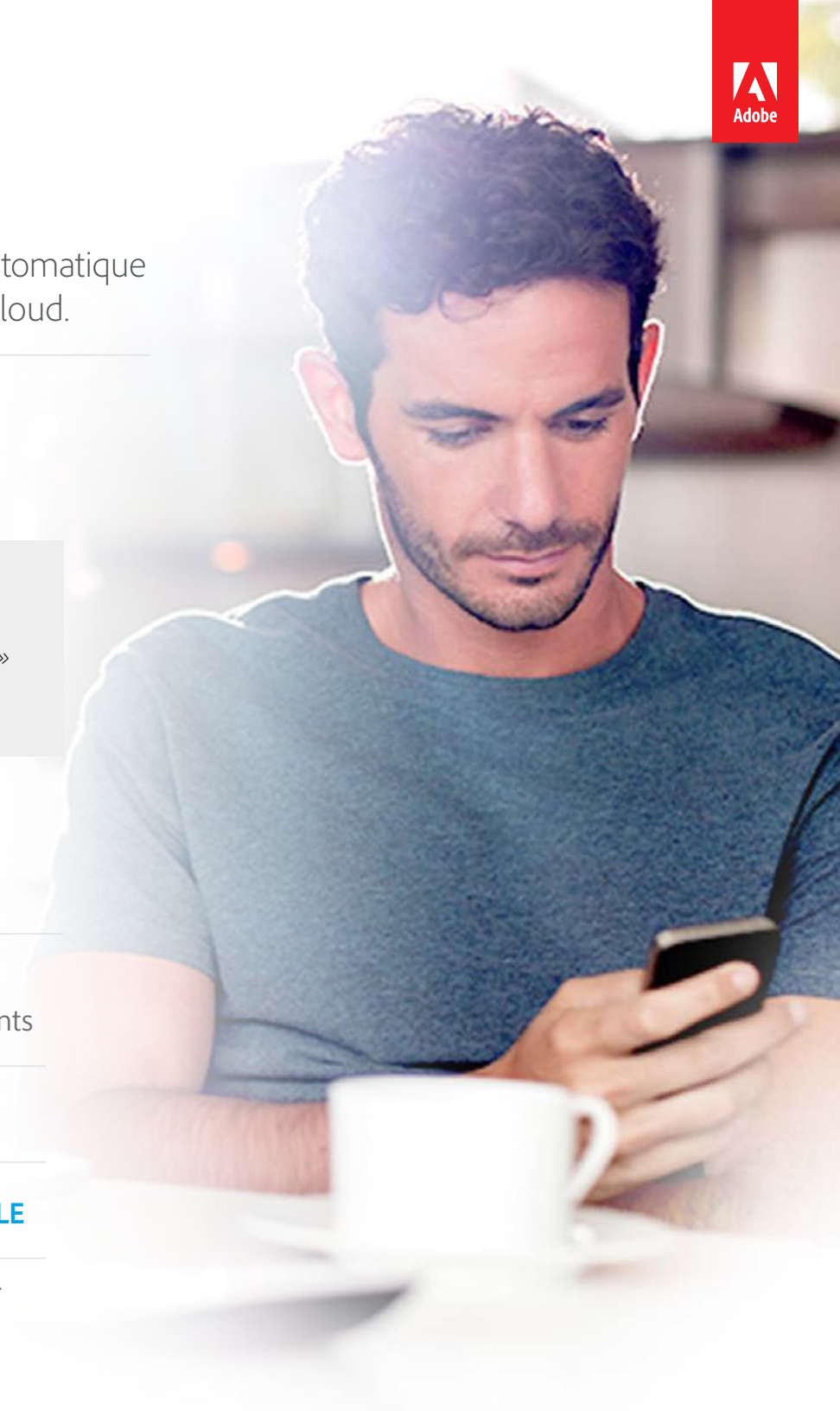
RENTABILISATION de la première année d'utilisation d'Adobe Target dès les premiers tests



Détection rapides d'anomalies avec l'**INTELLIGENCE ARTIFICIELLE**



Utilisation des tableaux de bord en **TEMPS RÉEL** pour partager les données



Epson America, Inc.

Date de création : 1975

Long Beach, CA

www.epson.com

DÉFIS

- Améliorer les expériences en ligne pour un large éventail de clients et de cycles de vente
- Comprendre et résoudre les erreurs en ligne afin d'améliorer les conversions et les performances du site
- Optimiser les campagnes et les expériences digitales avec des tests basés sur des données

EXEMPLES D'UTILISATION

- Intelligence client
- Optimisation des taux de conversion

Des produits de précision pour tous

Le nom Epson évoque généralement une marque d'imprimante renommée qui équipe notre foyer ou notre bureau, mais il ne se limite pas à cela. À sa création en 1942, Epson fabriquait des pièces pour les montres. Depuis, le groupe Seiko Epson a toujours évolué dans la fabrication de précision et développé des produits à la fois efficaces et sophistiqués. Outre les imprimantes, Epson est le leader mondial des projecteurs. C'est aussi un concepteur et un fabricant de scanners, d'accessoires connectés et autres robots pour la maison, l'entreprise et l'industrie.

Cette vaste gamme de produits attire une clientèle tout aussi variée sur son site web : du particulier recherchant une cartouche d'encre pour son imprimante personnelle à l'académie en quête de projecteurs Epson pour équiper plusieurs centaines de classes. Si, dans le premier cas, l'achat sera généralement réalisé dans la foulée, dans le second, il suivra probablement un cycle de vente de plusieurs mois.

Afin de générer davantage de leads et de conversions, les marketeurs, chefs de produit et autres décisionnaires d'Epson doivent évaluer les performances des produits et campagnes d'un type de client à l'autre. C'est la raison pour laquelle le constructeur fait confiance depuis longtemps à Adobe Analytics, une solution d'Adobe Analytics Cloud, composant d'Adobe Experience Cloud, pour lui fournir des données d'une grande richesse en temps réel. Après avoir fait migrer son site web vers SAP Hybris, Epson a étendu son utilisation d'Adobe Experience Cloud avec une réimplémentation d'Adobe Analytics et l'ajout d'Adobe Target, une solution d'Adobe Marketing Cloud.

Parfaitement complémentaires, Adobe Analytics et Adobe Target offrent l'intelligence dont Epson a besoin pour tirer des enseignements des données et optimiser les expériences pour l'ensemble de sa clientèle. Adobe Sensei, le framework d'intelligence artificielle et d'apprentissage automatique d'Adobe, étend les fonctionnalités d'Analytics et de Target pour accélérer les processus fastidieux et détecter aisément les anomalies.

« En dopant l'efficacité de notre implémentation Adobe Experience Cloud, les fonctionnalités Adobe Sensei nous permettent d'identifier nos lacunes et de renforcer ainsi l'expérience digitale pour l'ensemble de nos clients », explique Scott Sturcke, directeur du marketing en ligne chez Epson America.

Des décisions éclairées par les données

Adobe Analytics permet à Epson de surveiller les performances de son site web et de ses campagnes, et d'étudier les données de manière approfondie afin de mesurer précisément les indicateurs de performance clés. Adobe Analytics assimile les données de tous les canaux pour donner aux marketeurs une vision claire des performances de leurs campagnes. Ces canaux incluent son site web et mobile, mais aussi le display, l'e-mail et le référencement payant.

« En plus de suivre le parcours du client, Adobe Analytics fournit des informations plus exploitables aux marketeurs sur le succès réel des campagnes en termes de conversions ou de leads. »

« La fonction de détection d'anomalie nous permet de savoir où et quand surviennent les erreurs, afin que nous puissions les traiter et minimiser leur impact sur les conversions ou les leads. »

Scott Sturcke, directeur du marketing en ligne chez Epson America

« Bien souvent, les marketeurs se contentent de regarder le nombre de clics engrangés par une campagne. Or, ce n'est pas un bon moyen de mesurer les performances », constate Scott Sturcke. « En plus de suivre le parcours du client, Adobe Analytics fournit des informations plus exploitables aux marketeurs sur le succès réel des campagnes en termes de conversions ou de leads. »

Grâce à Analysis Workspace, Epson peut utiliser des données et des analyses complexes en temps réel dans un tableau de bord convivial. Analysis Workspace permet à l'équipe d'alterner facilement entre les différents affichages et de partager des données en temps réel avec les parties prenantes.

« La possibilité de charger des tableaux de bord et de surveiller les événements en ligne importants en temps réel contribue à simplifier le travail de l'équipe, qui se concentre sur les performances », ajoute Scott Sturcke. « Qu'il s'agisse du Black Friday ou du lancement d'une nouvelle version d'un site web, Adobe Analytics nous aide à surveiller les performances et à détecter les erreurs en temps réel. »

L'intelligence artificielle au service des diagnostics

Pour mettre au jour les problèmes, Epson ne mise pas uniquement sur les tableaux de bord en temps réel. Grâce à la fonction de détection d'anomalie d'Adobe Analytics, optimisée par Adobe Sensei, l'intelligence artificielle apprend à détecter les comportements inattendus sur le site web à partir d'actions, d'erreurs et de conversions.

Si le site web « dévie » du comportement attendu, des alertes automatiques sont déclenchées et la fonction d'analyse des contributions, optimisée par Adobe Sensei, aide les développeurs à identifier l'origine du problème : baisses soudaines de trafic, apparition d'un code d'erreur spécifique, rebond des clients au même endroit du site web, etc.

« Les erreurs sur un site web peuvent être difficiles à identifier et encore plus à reproduire », poursuit Scott Sturcke. « La fonction de détection d'anomalie nous permet de savoir où et quand surviennent les erreurs, afin que nous puissions les traiter et minimiser leur impact sur les conversions ou les leads. En identifiant et en corrigeant les problèmes plus rapidement, nous améliorons l'expérience client tout en réduisant le temps passé à détecter les erreurs. »

Lors de la migration de son site web vers la nouvelle plate-forme web, Epson a utilisé la fonction de détection d'anomalie pour mieux repérer les pics et chutes de trafic inattendus. Les variations soudaines du trafic peuvent être des indicateurs de liens rompus, de redirections incorrectes ou de campagnes marketing utilisant d'anciens liens.

« L'exécution en parallèle d'Adobe Analytics et d'Adobe Target nous permet d'examiner de plus près les données issues des tests et de prendre des décisions intelligentes qui nous aideront à optimiser les expériences en ligne de nos clients. »

« L'équipe d'Adobe Customer Solutions a été formidable. Elle nous a recommandé les bonnes pratiques à mettre en œuvre et nous a conseillé sur la manière d'améliorer notre structure pour obtenir les données dont nous avons besoin. »

Scott Sturcke, directeur du marketing en ligne chez Epson America

Epson ne se contente pas de faire appel à la détection d'anomalies pour anticiper les erreurs, mais envisage également d'exploiter la technologie d'apprentissage automatique d'Adobe Sensei pour repérer les résultats positifs comme les pics soudains de vente, de trafic ou de leads après le lancement d'une nouvelle campagne.

« Adobe est un leader technologique depuis très longtemps. Adobe Sensei nous permet d'exploiter tout le potentiel de l'apprentissage automatique pour travailler plus intelligemment et être plus proactifs dans notre approche digitale », souligne Scott Sturcke. « Nous pouvons ainsi nous concentrer sur l'optimisation des expériences client qui nous aident à conserver une longueur d'avance sur la concurrence. »

Optimisation des expériences avec Adobe Target

Epson met à profit les données riches fournies par Adobe Analytics pour tester et optimiser son site web avec Adobe Target. « L'une des raisons pour lesquelles nous apprécions toujours de travailler avec Adobe Analytics est sa parfaite complémentarité avec les autres outils », confie Scott Sturcke. « Adobe Analytics et Adobe Target fonctionnent parfaitement ensemble, mais les solutions Adobe sont également compatibles avec nos outils issus d'autres plates-formes, comme SAP Hybris pour l'e-commerce, le gestionnaire de balises et les outils de gestion de contenu, de segmentation d'audience et de session replay. Adobe Experience Cloud nous laisse libres de choisir les outils qui nous conviennent sans que les workflows en pâtissent. »

En faisant appel à Adobe Analytics pour étudier le parcours client, Epson a identifié un taux de rebond élevé sur une page de son site qui demandait au visiteur de s'identifier en tant qu'invité ou client récurrent. Selon l'entreprise, la mise en page prêtait à confusion et poussait le client à renseigner à la fois les champs de connexion en tant qu'invité et client récurrent, rendant impossible toute finalisation de commande et incitant le visiteur à quitter purement et simplement le site.

Afin de tester cette hypothèse, Epson a utilisé Adobe Target pour créer et tester deux variantes de la mise en page initiale faisant la distinction entre les champs destinés aux invités et ceux destinés aux clients récurrents. En à peine une semaine, l'entreprise a réalisé que les deux nouvelles versions dépassaient largement les performances de l'ancienne mise en page. Epson a rapidement éliminé l'ancienne version de son test et poursuit ce dernier afin de savoir si les clients répondent plus positivement lorsque le formulaire de connexion en tant qu'invité est situé à gauche ou à droite de la page.

« Avec le premier test que nous avons mené, les enseignements tirés ont suffisamment boosté les conversions pour rentabiliser intégralement la première année d'utilisation de la solution Adobe », se félicite Scott Sturcke. « L'exécution en parallèle d'Adobe Analytics et d'Adobe Target nous permet d'examiner de plus près les données issues des tests et de prendre des décisions intelligentes qui nous aideront à optimiser les expériences en ligne de nos clients. »

PRINCIPALES CARACTÉRISTIQUES DE LA SOLUTION

Adobe Experience Cloud, dont :

Adobe Analytics Cloud

- Adobe Analytics
- Analysis Workspace
- Détection d'anomalie (fonction optimisée par Adobe Sensei)
- Analyse des contributions (fonction optimisée par Adobe Sensei)

Adobe Marketing Cloud

- Adobe Target
- Tests A/B

Adobe Customer Solutions

Epson continue d'élargir l'utilisation d'Adobe Experience Cloud. « Adobe Target fait le lien entre les tests et la personnalisation, ce qui nous permet d'améliorer la génération de leads et les campagnes marketing en nous appuyant sur notre connaissance des visiteurs de notre site web pour diffuser les expériences appropriées », précise Scott Sturcke. Les fonctionnalités optimisées par Adobe Sensei aideront Epson à repérer les pièges potentiels et à enrichir les expériences de ses clients, que leurs cycles de vente durent deux minutes ou deux ans.

L'équipe d'Adobe Customer Solutions a collaboré avec Epson lors de la réimplémentation, et des consultants continuent d'aider le constructeur à tirer le meilleur parti de son programme de test.

« L'équipe d'Adobe Customer Solutions a été formidable. Elle nous a recommandé les bonnes pratiques à mettre en œuvre et nous a conseillés sur la manière d'améliorer notre structure pour obtenir les données dont nous avons besoin », conclut Scott Sturcke. « Notre consultante Adobe a joué un rôle crucial dans l'implémentation d'Adobe Target en nous aidant à comprendre les seuils et données nécessaires pour réaliser un test efficace. Bien plus qu'une technicienne, elle est une véritable partenaire qui n'hésite pas à nous faire part régulièrement de nouvelles idées. Adobe Sensei fait émerger des schémas cachés que nous exploitons à l'aide d'Adobe Experience Cloud pour proposer à nos clients des expériences de qualité qui génèrent davantage de leads et de conversions, et augmentent notre chiffre d'affaires. »

Pour en savoir plus

www.adobe.com/fr/data-analytics-cloud.html

www.adobe.com/fr/sensei.html

www.adobe.com/fr/marketing-cloud.html

www.adobe.com/fr/experience-cloud/service-support/consulting-services.html

